

Plenum/Plénum 4.11.2009

Rekurse/Recours

- 1) Nr. 137/09
[Energieverordnung – Schriftgrösse in Streuprospert von Autohersteller]
- 2) Nr. 191/09
[Tierschutz – Inserat «Schweizer Fleisch»]

Wiedererwägung/Réexamen

- A) Nr. 303/08
[Art. 5 des ICC-Kodex [Wahrhaftigkeit] – Fugen-Radierer]
-

- 1) Nr. 137/09
[Energieverordnung – Schriftgrösse in Streuprospert von Autohersteller]

Die Schweizerische Lauterkeitskommission,

i n E r w ä g u n g :

- Gegen den Entscheid der Zweiten Kammer vom 13. Mai 2009, eröffnet am 16. Juni 2009, wurde von der Beschwerdegegnerin am 3. Juli 2009 fristgerecht Rekurs eingereicht. Trotz Aufforderung wurde keine Rekursantwort eingereicht, nur eine Bestätigung des Beschwerdeführers.
- Die Rekurrentin macht zusammenfassend geltend, dass die Energieverordnung keinen lauterkeitsrechtlichen Gehalt aufweise, weshalb keine Gutheissung basierend auf dieser Rechtsgrundlage hätte erfolgen dürfen. Zudem seien die Bestimmungen der Energieverordnung nicht richtig angewendet worden. Es bestünde beim vorliegenden Prospekt keine Pflicht zur Publikation der Energieangaben.

- Wie im Tätigkeitsbericht 2002 (Seite 8) ausgeführt, wurde der Rekurs nicht dazu geschaffen, die Schweizerische Lauterkeitskommission zu einer Wiedererwägung anzuhalten. Nur wo die Vorinstanz das Ermessen überschritten oder sonst wie grobe Fehler begangen hat, rechtfertigt sich eine Neubeurteilung (Art. 19 Abs. 1 lit. b des Geschäftsreglements). Dies ist dann der Fall, wenn die Erwägungen der Vorinstanz offenbar unhaltbar sind, zur tatsächlichen Situation im Widerspruch stehen, eine Norm oder einen unumstrittenen Rechtsgrundsatz krass verletzen, oder in stossender Weise dem Gerechtigkeitsgedanken zuwiderlaufen. Im Rahmen dieser Willkürüberprüfung ist der Rekurs zu beurteilen.
- Gemäss ständiger Praxis der Lauterkeitskommission werden für die Beurteilung von Beschwerden nicht nur die selbst erlassenen Grundsätze und die ICC-Richtlinien, sondern auch gesetzliche Bestimmungen beigezogen, sofern sie lauterkeitsrechtliche Aspekte betreffen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn durch eine Verletzung solcher Bestimmungen ein unlauterer Vorteil im Wettbewerb erzielt wird. Anhang 3.6 der Energieverordnung (EnV) stellt Vorschriften zu Angaben auf, welche im Zusammenhang mit dem Angebot von neuen Personenwagen vorzunehmen sind. Diese Bestimmungen haben werberechtlichen Charakter. Ein Verstoss gegen diese Werbevorschriften durch einen Konkurrenten ist ein unlauteres Verhalten, da die Verletzung solcher Vorschriften ein unzulässiger Vorteil im Wettbewerb darstellt. Darüber hinaus haben die Pflichtangaben der Energieverordnung in der Werbung auch den Zweck, die Adressaten der Autowerbung über die Energieeffizienz eines Fahrzeuges aufzuklären und somit eine Irreführung oder Täuschung zu verhindern. Auch unter diesem Aspekt kann der Energieverordnung eine lauterkeitsrechtliche Relevanz zugesprochen werden. Damit kann der Vorinstanz nicht vorgeworfen werden, sie habe die Energieverordnung willkürlich zur Grundlage ihres Entscheides gemacht.
- Es stellt sich zweitens die Frage, ob die Kammer die lauterkeitsrechtlich relevanten Bestimmungen der EnV richtig angewandt hat. Die Werbevorschriften im Anhang 3.6 der EnV kommen nur unter bestimmten Voraussetzungen zur Anwendung. Der Treibstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen, der Durchschnittswert der CO₂-Angaben aller angebotenen Neuwagen-Modelle sowie die Energieeffizienz-Kategorie sind nach Ziff. 3.4 nur dann anzugeben, wenn der Verbrauch oder die Leistung des Fahrzeuges in einer Werbeschrift hervorgehoben wird. Unbestritten ist, dass es sich beim vorliegenden Prospekt um eine Werbeschrift im Sinne von Ziff. 3.4 lit. a handelt. Hingegen bringt die Rekurrentin vor, dass darin weder Leistung noch Verbrauch im Sinne von Ziff. 3.4 lit. c hervorgehoben werden. Am Anfang der Werbeschrift auf Seite 2 sticht jedoch die allgemeine Bewerbung «eco» ins Auge, welche einen «optimalen Verbrauchswert» gewährleisten soll. Damit wird an hervorgehobener Stelle ein günstiger Verbrauchswert für sämtliche Modelle suggeriert, die in diesem Prospekt angeboten werden. Zudem wird bei den meisten im Prospekt angebotenen Neuwagen die Angabe der Leistung in PS in der Überschrift aufgeführt. Damit ist die Voraussetzung für die Deklarationspflicht bei allen im Prospekt abgebildeten Modellen gegeben.
- Die Gestaltung der Angaben richtet sich nach Ziff. 6.3, wonach diese mindestens in der Schriftgrösse des Fliesstextes zu erfolgen hat. Als Fliesstext gilt der das Angebot deklarierende Text, im Gegensatz zu Titeln, Überschriften etc. Beim vorliegenden Prospekt wäre der massgebende Fliesstext die Umschreibung des jeweiligen Fahrzeuges neben den Abbildungen. Diese Voraussetzung wird vorliegend nicht erfüllt, womit die Bestimmung verletzt wird.
- Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass der angefochtene Entscheid nicht willkürlich getroffen wurde. Der Rekurs ist daher abzuweisen.

b e s c h l i e s s t :

Der Rekurs wird abgewiesen.



DER NEUE



- Komfort und Ergonomie durch intuitiv bedienbare High-End-Technologien: automatische Parkbremse, Chipkarte Keyless-Drive Hands-free, analoge und digitale Instrumentenanzeige usw.
- Diverse Ablagefächer sowie Kofferraum mit in dieser Klasse unerreicht grosszügigen 405 Litern Ladevolumen.
- Aussergewöhnliche Strassenlage dank präziser Lenkung und stabilem Fahrwerk.
- Leistungsstarke, sparsame und umweltbewusste Motorisierungen: ; beide Energieeffizienz-Kategorie A.
- Bestes je erreichtes Resultat bei den Euro-NCAP-Crashtests in allen Fahrzeugkategorien dank exzellenten Bremswerten und Zweikammer-Airbags der neusten Generation.

Exklusives Lancierungs-Angebot:
Ab Fr. 24 900.- oder ab Fr. 239.-/Mt.*

Inklusive:
Zweizonen-Klimaautomatik
Radio/CD/MP3
16-Zoll Alufelgen

Ihr Kundenvorteil:**
Fr. 1 600.-

3
JAHRE
GARANTIE
100 000 km

Abgebildetes Modell (inkl. zusätzlicher Ausstattungen): Neuer 1461 cm³, 5-türig, Treibstoffverbrauch 4,6 l/100 km, CO₂-Emissionen 120 g/km, Energieeffizienz-Kategorie A, Fr. 30 392.-. *Details: siehe letzte Umschlagseite.
**Berechnung Kundenvorteil: Katalogpreis Fr. 26 500.- abzüglich geschenkter Optionen Fr. 1 600.- = Fr. 24 900.-

2) Nr. 191/09
(Tierschutz – Inserat «Schweizer Fleisch»)

Die Schweizerische Lauterkeitskommission,

i n E r w ä g u n g :

- Gegen den Entscheid der Dritten Kammer vom 1. Juli 2009, eröffnet am 15. Juli 2009, wurde von der Beschwerdeführerin am 28. Juli 2009 fristgerecht Rekurs eingereicht. Die Rekursantwort erfolgte am 25. August 2009.
- Nach Art. 19 Abs. 1 lit. b des Geschäftsreglements der Lauterkeitskommission ist ein Rekurs nur in Fällen von Willkür möglich. Nach herrschender Rechtsprechung und Praxis der Lauterkeitskommission liegt Willkür dann vor, wenn ein Entscheid nicht nur unrichtig, sondern schlechthin unhaltbar ist, was insbesondere dann der Fall ist, wenn der Entscheid eine Norm oder einen klaren Rechtsgrundsatz offensichtlich verletzt oder in stossender Weise dem Gerechtigkeitsgedanken zuwiderläuft.
- Die Vorinstanz hat die angefochtene Werbeaussage «In der Schweiz gelten nicht nur strengste Tierschutzrichtlinien. Aufgrund des kleinen übersichtlichen Marktes können diese auch lückenlos kontrolliert werden.» nicht als unlauter beurteilt. Die Rekurrentin macht zusammenfassend geltend, im angefochtenen Entscheid werde willkürlich als richtig angenommen, dass in der Schweiz im Vergleich mit dem Ausland strengste gesetzliche Tierschutzvorschriften bestünden. Dass in der Schweiz aber strengere Vorschriften bestehen als z.B. in der EU ist unbestritten und notorisch bekannt. Zudem wird in der Werbung lediglich ausgesagt, dass strengste Vorschriften gälten; es ist aber nicht die Rede von den strengsten Bestimmungen, was gegebenenfalls irreführend wäre. Die Vorinstanz hat mir ihrer diesbezüglichen Erwägung nicht willkürlich gehandelt.
- Zudem wird von der Rekurrentin geltend gemacht, dass der angefochtene Entscheid willkürlich sei, da die Vorinstanz der beanstandeten Werbeaussage nicht den Sinngehalt gegeben habe, dass tatsächlich lückenlos kontrolliert werde, sondern dass nur die Möglichkeit einer lückenlosen Kontrolle bestehe. Diese Auslegung entspricht dem Wortlaut der fraglichen Werbung, welche das Verb «können» aufweist. In diesem Sinne kann der Vorinstanz auch in diesem Punkt keine Willkür vorgeworfen werden, da der angesprochene Durchschnittsadressat durchaus in der Lage ist, die Bedeutung des Verbs «können» zu erkennen.
- Obwohl der Rekurrentin zuzustimmen ist, dass die fragliche Werbung auch in dem von ihr geltend gemachten Sinne verstanden werden kann, erscheint der angefochtene Entscheid zusammenfassend nicht willkürlich zu sein. Dies wäre nur der Fall, wenn das von der Vorinstanz zur Grundlage gemachte Verständnis der Durchschnittsadressaten geradezu unmöglich und unwahrscheinlich erschiene. Dies ist vorliegend aber nicht der Fall, weshalb der Rekurs abzuweisen ist.

b e s c h l i e s s t :

Der Rekurs wird abgewiesen.



*Hier wird nichts
geradegebogen.*

In der Schweiz gelten nicht nur strengste Tierschutzrichtlinien.
Aufgrund des kleinen, übersichtlichen Marktes können diese
auch lückenlos kontrolliert werden.

 **SCHWEIZER FLEISCH**
Alles andere ist Beleg.

Wiedererwägung/Réexamen

- a) Nr. 303/08
(Art. 5 des ICC-Kodex [Wahrhaftigkeit] – Fugen-Radierer)

Die Schweizerische Lauterkeitskommission,

i n E r w ä g u n g :

- Betreffend den Entscheid des Plenums vom 13. Mai 2009, eröffnet am 16. Juni 2009, wurde vom Beschwerdeführer am 18. Juni 2009 darauf hingewiesen, dass der Beschwerdepunkt Artikel 5 des konsolidierten Codex der ICC weder im Kammerbeschluss berücksichtigt, noch im Plenum bei der Abweisung des Rekurses auf diesen Punkt eingegangen worden sei, obwohl er in seinem Rekurs vom 23. Oktober 2008 nochmals explizit darauf hingewiesen habe.
- Gegen einen Rekursentscheid des Plenums kann von den Parteien gemäss Geschäftsregelement kein Rechtsmittel mehr ergriffen werden. Es bleibt einem Rechtsprechungsorgan wie dem Plenum aber unbenommen, auf einen bereits gefällten Entscheid zurückzukommen und im Rahmen einer Wiedererwägung, zum Beispiel wie im vorliegenden Falle, nicht beurteilte Beanstandungen zu würdigen.
- Im hier zu beurteilenden Rekursentscheid blieb einer der im Rahmen des Beschwerde- und Rekursverfahrens vorgebrachten Punkte des Rekurrenten unberücksichtigt, der zur Gutheissung der Beschwerde oder des Rekurses führen könnte. Es liegt daher ein Fehler vor, der eine Wiedererwägung als zulässig erscheinen lässt.
- Der Rekurrent macht geltend, dass die Rekursgegnerin gegen Art. 5 des ICC-Kodex verstosse, indem sie in ihrer Werbung für ein Fugenreinigungsmittel Fotografien mit künstlich erzeugten Effekten verwende. Aufgrund der offensichtlichen nachträglichen visuellen Bearbeitung seien die Fotografien unwahr.
- Art. 5 des ICC-Kodex (Wahrhaftigkeit) verlangt, dass Marketingkommunikation wahrheitsgemäss sein muss und nicht irreführend sein darf. Sie darf keine Aussagen bzw. keine Audio- oder visuelle Bearbeitung beinhalten, die direkt oder indirekt durch Folgerung, Auslassung, Mehrdeutigkeit oder Übertreibung dazu angetan ist, den Verbraucher fehlzuleiten, insbesondere in Bezug auf Eigenschaften des Produktes, die wesentlich sind und die Entscheidung des Verbrauchers beeinflussen.
- Es kann im vorliegenden Fall aber ausgeschlossen werden, dass der Durchschnittskonsument durch die offensichtliche grafische Beigabe von sog. Glanzsternen fehlgeleitet wird. Die Sterne sind derart offensichtlich künstlich, dass nicht der Eindruck entsteht, dass gereinigte Fugen derart glänzen würden. Diese Bearbeitung schafft daher keine unwahre oder irreführende Marketingkommunikation. Es handelt sich vielmehr um eine so genannte marktschreierische Übertreibung – vorliegend mittels gestalterischer Hervorhebung – die aufgrund genügender Erkennbarkeit lauterkeitsrechtlich unbedenklich ist.
- Es kann daher in diesem Zusammenhang keine Willkür im Sinne von Art. 19 Abs. 1 lit. b des Geschäftsreglements erkannt werden, weshalb der Rekurs auch diesbezüglich abzuweisen ist.

b e s c h l i e s s t :

Die Wiedererwägung wird abgewiesen.

